

STRATEGI KANAL DETIKFOOD DALAM MENGELOLA RUBRIK HALAL DI DETIKCOM

Tia Putri Damayanti¹

ABSTRAK

Dalam mempertahankan sebuah perusahaan diperlukan sebuah strategi dalam mengelolanya, termasuk perusahaan media. Salah satu perusahaan media *online* yang berhasil bertahan selama kurang lebih 18 tahun ini adalah Detikcom yang merupakan salah satu anak perusahaan kelompok media TransCorp. Banyaknya media *online* yang muncul di Indonesia membuat Detikcom terus berinovasi dengan menampilkan sebuah rubrik dengan tema Halal pada kanal Detikfood. Keunikan dan Pengelolaan yang dimiliki oleh rubrik ini berbeda dengan rubrik lainnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi kanal Detikfood dalam mengelola rubrik Halal di Detikcom. Dalam penelitian ini menggunakan metode bersifat kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Pada hasil temuan kanal Detikfood memanfaatkan sumber-sumber yang terpercaya seperti lembaga-lembaga yang mengeluarkan sertifikasi Halal dan sumber dari media asing. Strategi lainnya dilakukan dengan pengembangan beberapa aplikasi yang memberikan informasi dan pengetahuan lainnya seputar kuliner halal. Dari delapan fungsi yang diteliti fungsi perencanaan, pengorganisasian, pengembangan dan juga integritas menjadi empat fungsi yang berpengaruh terhadap pengelolaan rubrik Halal. Sementara itu fungsi kompensasi, fungsi pengarahan, dan fungsi pengawasan dan pemeliharaan tidak bekerja dengan maksimal. Untuk memberikan gambaran kepada peneliti selanjutnya penulis memberikan saran agar mengembangkan penelitian ini dengan melihat dampak dari pengelolaan tersebut kepada aspek ekonomi media.

Kata kunci: Manajemen Redaksi, Media *online*, Kanal *Lifestyle*, Rubrik, Halal.

¹ Peminatan Komunikasi Media Massa, Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie

DETIKFOOD CHANNEL STRATEGY IN MANAGING THE HALAL RUBRIK IN DETIKCOM

Tia Putri Damayanti²

ABSTRACT

In maintaining a company needs a strategy to manage them, including the media company. One of the online media company that managed to survive for more than 18 years this is the Detikcom which is a subsidiary of media group TransCorp. The number of emerging online media in Indonesia make Detikcom continues to innovate by displaying a rubric with the Halal theme detikfood canal. The uniqueness and Management owned by rubric is different from the other section. This study aims to determine the channel strategy in managing the rubric Halal detikfood in Detikcom. In this research is qualitative method with case study approach. On the findings of the canal detikfood utilize reliable sources such as the institutions that issued the Halal certification and the source of the foreign media. Another strategy is done by developing some applications that provide more information and knowledge about the Halal rubric. Of the eight functions that investigated the functions of planning, organizing, developing and integrity into four functions that affect the management of Halal rubric. While the compensation function, the function of guidance, and supervision and maintenance functions do not work with the maximum. To give an idea to further research the author gives advice to develop this research by looking at the impact of the management of the economic aspects of the media.

Keywords: Management of online media, online media, channel lifestyle, rubric, halal.

² Mass Media Communications, Department of Communication Science, Faculty of Economics and Social Science, Bakrie University